EL ABC Para Escribir Tu Propia Carta de Ventas

Traído para ti por
DIEGO ARMANDO LENIS
www.negocioalinstante.com

Índice de Contenidos

¿En Qué Consiste La Creación De Cartas de Venta

La creación de cartas de ventas (Copywriting) básicamente es una forma de marketing. La creación de cartas de venta es persuasiva y promueve una idea general acerca de una compañía, producto o servicio. Es uno de los aspectos más importantes de la industria del marketing. Y con este proceso se puede escribir algo tan sencillo como un lema o algo mas elaborado como escribir una serie de artículos escritos. Llegar a entender esta técnica se convierte en una pieza fundamental al momento de correr una campaña de mercadeo exitosa.

La creación de cartas de venta básicamente tiene solo la intención de vender. La razón de ser del material escrito de una carta de ventas es vender un producto o servicio. Pero en lo que respecta a la creación de cartas de venta para sitios web, hay dos intenciones principales.

La creación de cartas de venta para sitios web tiene el objetivo de vender pero también tiene el objetivo de aumentar el posicionamiento en los motores de búsqueda. Por esta razón, una carta de ventas para un sitio web tiene más palabras y llega a ser más profundo que una carta de ventas hecha para una campaña de marketing directo típica.

La creación de cartas de ventas es el arte de escoger las palabras y textos adecuados. Y usualmente no tiene en cuenta la apariencia de este contenido. Sin embargo, cuando se trata de un sitio web se tienen en cuenta todos los aspectos.

Una vez que el objetivo principal de la creación de cartas de ventas es vender un producto, idea o servicio, es muy importante para un dueño de negocios entender cómo crear este contenido de la mejor manera. A la hora de capturar la atención de un cliente potencial lo que realmente importa es entregar contenido de calidad.

La creación de cartas de ventas es el arte de saber cómo usar las palabras. Tienes que saber cómo manipularlas y escribirlas de tal manera que logren el objetivo final. Una buena carta de ventas atraerá la atención de las personas y las emocionará.

Internet es un gran lugar para intentar desarrollar un negocio. El éxito en el mercado de Internet depende mucho de capturar la atención de las personas. Tendrás que ser capaz de atraer estas personas hacia tu sitio si les quieres llegar a vender algo.

La creación de cartas de ventas te brindará la oportunidad de obtener visitantes y hacer dinero. Con tanta competencia en Internet, la creación de buenas cartas de ventas ayudará a que tu negocio sobresalga dentro de la multitud. Debes tener algo que te diferencie o te perderás muy fácilmente entre la multitud.

Una carta de ventas efectiva va a hablar por sí misma a tu audiencia objetivo. Va a ofrecer información útil que los va a cautivar. Dentro de ese texto debes hablar acerca de respuestas a las preguntas más comunes de tus visitantes y acerca de sus preocupaciones, además debe explicar los beneficios de tu producto o servicio. Recuerda, la carta de ventas publicada en tu sitio debe ser fácil de leer y que al mismo tiempo capture la atención de los lectores.

El contenido de la carta de ventas publicada en tu sitio debe provocar que tus clientes deseen tus productos y que sientan incluso necesidad de tu producto. Tienes que sembrar la semilla en sus mentes de que ellos no podrán vivir sin tu producto. Un material de cartas de ventas efectivo puede provocar esto.

Ponerte en los zapatos de tu audiencia objetivo te ayudará a escribir tus cartas de ventas. Usa el lenguaje que ellos usarían. Habla como ellos hablan, además, debes relacionarte con ellos a un nivel más profundo, o de lo contrario ellos se irán al sitio web de otra persona.

La creación de cartas de ventas hará una gran diferencia en tu presencia en la web. Puede atraer una gran multitud o puede ser una barrera para que las personas abandonen tu sitio. Por eso es tan importante entender cómo se debe escribir correctamente las cartas de ventas para tu sitio web.

Como dueño de negocios, has entendido que es muy importante el marketing de tu negocio. De hecho, es esencial para el éxito de tu negocio. Sin embargo, si nunca entiendes el concepto que hay detrás de la creación de cartas de ventas para la web, nunca vas a lograr ese éxito.

Mientras no empieces a decirle a las personas qué tan bueno es tu producto y acerca de su calidad, solo tú sabrás acerca de él. En esencia, esa es la labor que va a hacer la carta de ventas de tu sitio web.

Debes acercarte a la labor de crear cartas de ventas con el mismo entusiasmo que tienes cuando hablas de tus productos y debes transmitir a tus lectores ese entusiasmo en palabras. Tienes que ser apasionado y articulado a la vez. Debes usar el poder de las palabras para dibujar un cuadro mental que muestre a tus lectores qué tan excelente es tu producto y por qué deben comprarlo.

La carta de ventas de tu sitio es algo tan importante que debieras dedicarle suficiente tiempo para planearlo, escribirlo y revisarlo hasta que sea perfecto. Esta es un área donde tú no querrás poner allí cualquier cosa.

Escribir cartas de ventas es algo que no toda persona puede hacer. Si te encuentras alguna vez abrumado con la creación de este tipo de contenidos, considera contratar a alguien que lo escriba para ti. Esta puede ser la mejor opción para alguien que es apasionado a la hora de hablar de su producto pero no es capaz de expresar esto en palabras.

Un escritor de cartas de ventas que esté lo suficientemente entrenado y con suficiente experiencia, puede convertir la pasión que expresas en palabras en un material de carta de ventas tan bueno que literalmente emocione a tus clientes. Esta es la idea fundamental de la creación de cartas de ventas. Lograr que tus clientes estén tan emocionalmente ligados a tus productos para que tu negocio vaya rumbo al éxito.

Herramientas Necesarias Para Un Escritor De Cartas De Ventas.

Hay dos herramientas principales que te pueden ayudar a escribir cartas de ventas para la web. Necesitarás un editor de código HTML y archivos con material guía. Estas dos herramientas te pueden ayudar a definir y perfeccionar tu carta de ventas.

Un editor HTML es un programa, que de seguro ya está incluido en tu computador, que te ayuda a crear páginas web para publicarlas en Internet. El editor HTML va a codificar lo que escribes en él, de tal manera que esté listo para ser publicado en la web. En algunos casos, el programa incluso va a formatear completamente la página para que solo tengas que incluirla en tu sitio.

Un editor HTML es importante porque quieres que tu trabajo tenga una apariencia profesional. De seguro vas a invertir mucho tiempo perfeccionando tu material de cartas de ventas, por lo tanto vale la pena que este tenga una apariencia agradable después de que se publique en la web.

Es muy valioso tener un programa que te ayude en esta tarea. O tal vez quieras contratar a alguien que

haga este trabajo por ti, lo cual puede ser muy costoso. Si usas un editor de HTML estarás ahorrándote dinero.

Aprender todos los detalles acerca de crear páginas web puede llegar a tomar una gran cantidad de tu valioso tiempo. Pero no tiene sentido contratar a alguien que te va a cobrar un precio alto cuando puedes hacerlo por ti mismo.

Un editor HTML te guiará a través del proceso. Estos programas son relativamente fáciles de usar, y además se han hecho pensando en que las personas que no son expertas, sean capaces de crear sitios web fácilmente.

Puedes obtener uno de estos programas en cualquier lugar donde se venda herramientas de software. Estos se pueden comprar a precios razonables y serán muy fáciles de encontrar e instalar.

Los archivos con material guía son el principal ayudante de un escritor de cartas de ventas. Estos archivos son algunas muestras de diferentes cartas de ventas que han llegado a ser muy exitosos.

Harás uso de estos archivos para obtener conocimiento e inspiración. Además, deberías comenzar un archivo guía basado en tu propio material tan pronto como sea posible.

Puedes empezar a reunir material de cartas de ventas exitosas desde cualquier lugar que mires. Solo escoge aquellos ejemplos que han probado funcionar con éxito. A partir de estos ejemplos puedes adaptarlos a tu estilo para hacer que tu carta de ventas sea exitosa.

No vas a copiar literalmente contenido de tus archivos guía, solo los vas a usar como guía. Necesitarás aprender cómo adaptarlos a tus propias necesidades pero manteniendo aún ese aspecto ganador que hizo exitoso al material original.

Estas herramientas son solo eso, herramientas. Nada te va a hacer un buen escritor de cartas de ventas a excepción del tiempo y de la práctica. No puedes esperar que un editor HTML o una buena colección de archivos guía hagan por sí mismas que tu escribas una carta de ventas ganadora.

Básicamente estas herramientas van a ayudarte a mejorar tu trabajo como también ayudarte a desarrollar tu estilo. Podrás usarlas para convertirte en un escritor exitoso de cartas de ventas.

Estas herramientas van a servirte de guía o te ayudarán de una u otra manera. Debes usarlas de tal manera que aproveches el máximo de ellas. Si ya las tienes, no las desperdicies.

A parte del editor de HTML y de los archivos guía, puedes encontrar otras herramientas que te ayudarán en el proceso de escribir cartas de ventas para tu sitio web. Hay programas de software creados para ayudarte a optimizar el contenido de tus cartas de ventas.

Algunos programas de software te pueden ayudar a convertir tu carta de ventas automáticamente en un éxito. Los programas de software solo son una herramienta de ayuda. Ellos no convertirán tus cartas de ventas originales en exitosas, sin embargo te pueden ayudar en gran manera a hacer el proceso mucho más sencillo.

Puedes usar los programas de software como ayuda para pulir tu carta de ventas.

Las dos herramientas principales que los escritores de cartas de ventas necesitan son: los archivos HTML y los archivos guía. Ningún escritor moderno de cartas de ventas será eficiente sin ellas.

Un editor HTML es una herramienta relativamente nueva, pero se ha vuelto tan importante que hoy en día es

esencial tenerla.

Los archivos de material guía han sido usados durante casi todo el tiempo que han existido los escritores de cartas de ventas. Es considerado por aquellos de esta industria como una herramienta sin la cual un escritor de cartas de ventas no puede vivir.

Puedes encontrar otras herramientas, como programas de software, que realmente pueden ser de utilidad. Cada escritor de cartas de ventas tiene su propio juego de herramientas y trucos que usan como ayuda para escribir sus cartas de ventas.

Sin embargo, te darás cuenta, que todos los escritores de cartas de ventas tienen en común estas dos herramientas principales, el editor HTML y los archivos guía. Esto es simplemente porque estas herramientas son muy valiosas.

Tu Carta De Ventas Comienza Con El Titular.

El titular de una carta de ventas es quizás la parte más importante de todo el conjunto. El titular es lo que captura la atención del lector y que a su vez lo motiva a leer el resto del material. El titular es lo primero que los lectores ven y es un elemento clave para todo el contenido.

Es esencial que cada escritor comprenda el trabajo que implica escribir un buen titular. También es importante para el escritor de cartas de ventas entender por qué es tan importante el titular.

El titular debe ser tan llamativo que incite al lector a querer leer más. El titular tiene el propósito de atraer al lector y llevar su interés al punto más alto.

Todos hemos escuchado que las primeras impresiones son las que cuentan. Debes pensar en tu titular como esa primera impresión que das acerca de tu negocio y de tu producto.

Tú quieres que esa primera impresión sea llamativa, interesante e intrigante. Quieres que el lector este impresionado, quieres que él desee más.

Tu titular debe hacer tres cosas. Debe capturar la atención, comunicar un mensaje e incitar al lector a leer más.

Hay muchas maneras de escribir un titular. De hecho, hay ocho maneras de escribir un titular. Puedes usar cualquiera de estas maneras que mejor se adapte a aquello que estés tratando de vender.

El primer tipo de titular es el titular directo. Este tipo de titular es franco y va directo al punto. El lector debe conocer claramente qué se le está vendiendo y qué tan excelente es la oferta, tan solo leyendo el titular.

El segundo tipo de titular es el titular indirecto. A diferencia del titular directo, este tipo de titular usa un modo sutil. Su objetivo principal es generar curiosidad en el lector de tal manera que él sienta que debe leer más. Los titulares indirectos comúnmente utilizan palabras con doble significado.

El tercer tipo de titular es el titular de noticias. Este tipo de titular es un anuncio. Es algo que vale la pena anunciar. La idea es que sea llamativo.

El cuarto tipo de titular es el titular de “¿cómo…?”. Este tipo de titular es muy popular. Funciona muy bien para vender casi cualquier cosa. Básicamente, el titular empieza con las palabras “¿cómo…?” y de ahí parte. Por ejemplo, “¿Cómo perder 5 Kilos En 3 días o Menos Sin Ninguna dieta?”

El quinto tipo de titular es el titular que pregunta. Este plantea una pregunta, acerca de un tema en que el lector desea conocer la respuesta a esta pregunta.

El sexto tipo de titular es el titular de dar una orden. Este tipo de titular básicamente le dice al lector que haga algo. El truco de este titular es usar palabras fuertes que van a activar un tipo de acción de parte del lector.

El séptimo tipo de titular es el titular de “la razón por la cual”. Este tipo de titular no necesita tener las palabras “la razón por la cual”, pero usualmente tendrá un número. Este titular va a resaltar un cierto número de cosas que el lector aprenderá si sigue leyendo, por ejemplo, “las 5 maneras de perder grasa abdominal”.

El octavo tipo de titular es el titular tipo testimonio. Este tipo de titular es justo lo que suena; tomas lo que alguien ha dicho acerca de tu producto y lo conviertes en titular.

Una vez decidas qué estilo de titular quieras usar, es tiempo de empezar a escribirlo. Tienes que asegurarte que este sea claro y que esté bien escrito.

No importa que estilo escojas, tienes que usar palabras fuertes y asegurarte de que tu idea está siendo clara. Tu titular debe tener las siguientes características:

- Debe ofrecer al lector algo de utilidad.
- Tiene que provocar al lector para que sienta que debe seguir leyendo.
- Tiene que incluir algo que comunique la idea principal de la carta de venta.
- Tiene que ser específico.

Es importante no dejarse llevar por el titular. Si el titular contiene muchas palabras, entonces el lector tal vez quiera evitar leerlo. En general, los titulares debieran ajustarse a un máximo de ocho palabras.

El titular es tan importante para el éxito de la carta de ventas, que deberías invertir el mismo tiempo escribiendo el titular como el que empleas escribiendo el resto de la carta de ventas.

El error más grande que puede cometer un escritor de cartas de ventas es colocar cualquier titular allí. Los buenos titulares requieren esfuerzo y trabajo.

Debes ser muy dedicado a la hora de escribir tu titular. Después de todo, este va a ser casi tan importante como el resto de tu carta de ventas. No tiene sentido escribir una carta de ventas excelente y tener un titular terrible, porque la probabilidad que tienen tus lectores de leer el resto del contenido de tu carta de ventas es casi nula si tu titular no les llega.

Haciendo El Enlace Con El Subtítulo.

La mayoría de los escritores de cartas de ventas entienden que el titular es una parte esencial de sus cartas de ventas. También es importante conocer que el subtítulo hace parte esencial del material de la carta de ventas. El subtítulo es como una extensión del titular. Continúa envolviendo al lector dándole más información que le cause intriga haciendo que este desee leer más.

En la web, escribir titulares es uno de los modos más efectivos de mantener al lector leyendo. Los titulares introducen cada sección de tu escrito, dejándole saber al lector aquello que van a encontrar. Los subtítulos no tienen que ser tan fuertes como el titular, pero también deben capturar la atención del lector.

Los subtítulos no tienen que ser aburridos y sin ningún interés. De hecho, ellos deben ser emocionantes. Ellos son la clave para mantener al lector leyendo.

Tu objetivo es llevar al lector a que lea todo hasta el final de tu carta de ventas, de tal manera que él pueda comprar tu producto. Esto puede hacerse fácilmente mediante el uso de subtítulos.

Tus subtítulos pueden ser llamativos e incluso fuertes. Puedes usarlos como notas resaltadas que dan una pista de que hay mucha más información que va a desarrollarse si el lector se mantiene leyendo.

Para escribir un buen subtítulo debes pensar acerca de él como un titular que comunica un punto muy específico. Básicamente, tu titular da la bienvenida a toda tu carta de ventas. Por otro lado, tu subtítulo está presentando solo partes específicas del contenido de tu carta de ventas.

Mientras los titulares pueden ser muy genéricos y amplios en su alcance, un subtítulo no lo es. Un subtítulo necesita ser específico, y debe ser relevante a la siguiente sección del texto.

Probablemente, cuando estés escribiendo tu titular te vendrán a la mente varias ideas que pueden ser útiles como subtítulos. Mantén tu trabajo documentado, de tal manera que no olvides estas buenas ideas.

Si usas un bosquejo general para escribir tu carta de ventas puedes tomar cada sección y hacer una sesión de lluvia de ideas acerca de los subtítulos apropiados. Si no tienes un bosquejo solo querrás tener una sesión de lluvia de ideas acerca de las diferentes cosas que quieres escribir.

Los subtítulos funcionan por varias razones. Ellos ayudan a distribuir mejor el texto, además ayudan a resaltar los puntos clave y a mantener al lector intrigado.

Los lectores de la web son muy diferentes a las personas que leen fuera de Internet. La mayoría de los lectores en la web busca leer el contenido rápidamente. Ellos no quieren desperdiciar tiempo leyendo contenidos muy extensos. Los subtítulos ayudan a distribuir mejor el contenido de tu carta de ventas de tal manera que no parezca un gran bloque de texto, lo cual alejaría a muchos lectores.

Los subtítulos también ayudan a resaltar los puntos claves durante todo el texto. Muchos lectores en la web sencillamente le echan un vistazo al contenido y no leen palabra por palabra. Ellos solo van buscando el texto resaltado, los titulares y los beneficios presentados en forma de viñetas. Ellos leen estas cosas y son capaces de captar la idea básica acerca de qué trata el contenido.

El punto principal de los subtítulos es mantener al lector intrigado. Los subtítulos ayudan a mantener al lector interesado. Ellos leen cada sección y cuando llegan al final de esta se encuentran con el siguiente subtítulo, que a su vez captura su atención y los mantiene leyendo de esta manera toda la carta de ventas.

Cada carta de ventas efectiva que ha sido escrita para la web hará uso de los subtítulos. En estos se hace uso de los subtítulos de un modo eficiente y utilizando su más alto potencial. Los subtítulos hacen que tu carta de ventas sobresalga.

Los subtítulos son algo que realmente pueden convertir tu carta de ventas en una pieza maestra de ventas. Ellos pueden transformar las oraciones y palabras cuidadosamente escogidas en el arte de escribir cartas de ventas en su forma más pura. Los subtítulos son así de importantes y efectivos.

Como lo he mencionado, tu objetivo final es lograr que tus lectores lean todo el contenido de tu carta de ventas, de arriba a abajo. Esto lo puede lograr el titular. Pero este por sí solo, no mantendrá el interés del lector por mucho tiempo cuando estos empiecen a leer la carta de ventas. Por esto es que son tan importantes los subtítulos, sin llegar a mencionar las otras razones descritas anteriormente.

Como un escritor de cartas de ventas tendrás que asegurarte de usar todas las herramientas que tengas disponible. Los subtítulos son una herramienta que no deberías despreciar o dar por sentado. Necesitas los subtítulos para que el material de tu carta de ventas sea más efectivo y eficiente. La mayor parte del tiempo, los necesitarás para que tu carta de ventas sea exitosa.

Comunicar Los Beneficios A Tus Prospectos Mediante El Uso De Cartas De Ventas.

Cualquier escritor de cartas de ventas que haya estado por suficiente tiempo en este negocio sabe que el uso de viñetas para comunicar los beneficios principales provocará muchas ventas. El uso de viñetas es de gran utilidad para el escritor. Las personas responden al uso de las viñetas que comunican beneficios y aún así hay muchos escritores que no las usan.

Las viñetas que enfatizan beneficios son importantes para un escritor de cartas de ventas. Es muy fácil subestimar lo significativo que pueden llegar a ser las viñetas que comunican beneficios. Deberías aprender por qué ellas son tan útiles y darles buen uso dentro de tu carta de ventas.

Cuando escribes para la web te encontrarás con todo tipo de lectores. La mayoría de ellos buscarán los titulares, subtítulos y otras áreas resaltadas que sobresalgan del bloque de texto. Este tipo de lectores necesita las viñetas que comunican beneficios.

Las viñetas que enfatizan beneficios atraerán la atención hacia aquellos puntos principales. Si tú quieres resaltar algo acerca de tu producto debes hacer uso de las viñetas que enfatizan beneficios.

Algunas personas piensan que las viñetas que enfatizan beneficios son demasiado simples para sus lectores. Esto no es cierto. Cualquier lector se puede beneficiar del formato simplificado en que se muestran las cosas cuando se hace uso de las viñetas.

Las viñetas son útiles para llamar la atención acerca de los beneficios de tus productos. Realmente debes resaltar los beneficios de tus productos. Los beneficios son una herramienta de ventas de gran importancia y ellos contribuirán a que se generen ventas.

Las viñetas que enfatizan beneficios junto al titular son los aspectos más importantes de tu carta de ventas. Casi todo lector las leerá, así que es importante asegurarte de que las escribas bien.

Las viñetas que enfatizan beneficios deben ser precisas, y cada una de ellas debe cubrir un tópico específico. Estas deben ser fáciles de leer y deben comunicar al lector algo importante.

Las viñetas que comunican los beneficios básicamente son información importante que se ha resaltado. Son el tipo de cosas que el lector necesita y desea conocer. Estas viñetas con beneficios no contienen información de relleno o que sea inútil.

Cuando escribas el texto de estas viñetas deberías escribir muchas de ellas y solo escoger las mejores. Esto te asegurará de que estás usando solo las mejores. También te ayudará a que ellas sean específicas y precisas.

He aquí algunos consejos para escribir viñetas que comunican beneficios excelentes:

1. Cada viñeta debe enfatizar un aspecto acerca del producto. Esa es la idea de las viñetas, que ellas resalten un beneficio o característica. Asegúrate de que estés incluyendo solo un beneficio a la vez.

2. Trata de mantener corto el texto de las viñetas. En ellas no querrás irte demasiado lejos en explicaciones. Ese es el trabajo del resto de tu texto. Mantén las viñetas simples.
3. No tienes que escribir oraciones perfectas. Puedes usar fragmentos u otras formas gramaticalmente incorrectas para comunicar lo que necesitas. Solo asegúrate de que la gramática en general sea correcta, como el uso consistente de los tiempos y pronombres.

Lo que intentas lograr con las viñetas que resaltan beneficios es algo más que tan solo informar a aquel lector que solo echa un vistazo general a tu carta de ventas. Últimamente, tus viñetas que enfatizan beneficios deberían llevar al lector a leer el resto del material o a dirigirse directamente al botón de compras. Esto es lo que debes mantener en mente cuando escribas este tipo de viñetas.

No querrás que tus viñetas se conviertan en material de relleno. Cuando las uses su contenido debe ser de interés y valor. No uses las viñetas por el solo hecho de tener que usarlas.

Cuando un lector ve una viñeta que enfatiza beneficios, esta les da una pista de que la información es importante y que vale la pena leerla. Ellas capturan su atención y serán leídas en la medida que no sean aburridas o muy largas.

La manera en que tú escribas los beneficios mediante el uso de viñetas es casi tan importante como las uses. Tendrás que hacer un buen esfuerzo para escribir el texto de las viñetas y lograr que se vean como los elementos que son, elementos útiles para comunicar beneficios.

Ten en cuenta que los beneficios expresados en forma de viñetas son una adición extra a tu carta de ventas. Ellas no deben convertirse en el punto central de tus cartas de ventas. Ellas son simplemente una ayuda para lograr que las personas lean todo el contenido de tu carta de ventas. Las viñetas que comunican beneficios atraerán a las personas que solo echan un vistazo cuando leen material en Internet. Estas viñetas van a distribuir mejor el contenido y hacerlo más interesante para leer.

Expresa beneficios mediante el uso de viñetas, pero usa estas sabiamente. Deberías seguir los lineamientos básicos para escribir el contenido de tus viñetas y asegúrate de que estas aporten valor a tu carta de ventas y que no tan solo sean un desperdicio de espacio. Cuando estas son usadas correctamente, las viñetas que resaltan beneficios específicos serán de gran ayuda a tu carta de ventas.

¿Cómo Cerrar La Venta Mediante La Carta De Ventas?

Al final de tu carta de ventas debes redondear todas las ideas que has expresado a lo largo del texto. En esta parte vas a resumir los puntos principales, y es allí donde vas a cerrar la venta. El final de tu carta de ventas es muy importante y es donde tienes la oportunidad de pedirle al lector de hacer click en el botón de compra y que pruebe tu producto.

Mientras el lector iba avanzando hasta el final de tu carta de ventas, este texto iba aumentando la credibilidad de tu producto. La carta de ventas iba resaltando las características principales y los beneficios que ofrece tu producto. La carta de ventas había hecho creer al lector que el necesitaba tu producto y que no podría vivir sin él.

El cierre es aquel lugar donde básicamente dices a tu lector que en ese momento ellos conocen todo acerca de tu producto y por qué lo necesitan. En el cierre les dirás que en ese momento ellos pueden tomar la decisión fundamentada y buena de comprar.

El cierre debe incluir un botón de “compre ahora”, donde el lector puede hacer click para ser llevados a la página de compra. Este botón debe estar ubicado en un lugar prominente y fácil de ver.

Si el material de tu carta de ventas ha sido fuerte y bien escrito no deberías tener problemas a la hora de escribir tu cierre. Este debe surgir fácilmente. Tu cierre debe parecer algo natural porque este es el momento correcto de solicitar la compra.

Hoy en día, una de las tendencias más grandes en la creación de cartas de ventas es hacer del cierre un mensaje tan directo que este no pueda ser ignorado. Pregúntale al lector cuánto vale tu producto según su opinión. Pregúntale si estaría dispuesto a pagar una cantidad exagerada de dinero para obtener los beneficios que ofrece tu producto. Entonces dile francamente que él puede obtener lo que quiere pagando el precio que tú pides, el cual debe ser pequeño comparado a la gran cantidad de dinero que muchas personas pagarían por obtener los beneficios que tu ofreces.

El cierre debe invocar un sentido de urgencia. Debes decirles que tu oferta no puede esperar por ellos. Debes decirles que ellos necesitan tomar una decisión ahora o se la perderán.

Asegúrate de resaltar aquellas ofertas especiales o bonificaciones especiales que estés ofreciendo. Asegúrate de que ellos entiendan qué se perderán si no compran inmediatamente.

El cierre debe capturar al lector. Debe tomarlos y hacerlos sentir que ya conocen lo suficiente acerca de tu producto como para tomar una decisión de compra bien fundamentada.

En este momento deberías mencionar tu política de garantías. Debes hacer sentir al lector cómodo y confiado. Si tienes bonificaciones que ofrecer, necesitas mencionar estas aquí en el cierre. Las bonificaciones son herramientas útiles que pueden impulsar a alguien a tomar la decisión de compra. Usa tu cierre para mostrarles estas bonificaciones y a su vez generar la venta.

Tu cierre necesita estar bien escrito. No te apresures con él. A pesar de que puede parecer muy natural escribirlo e incluso parece mucho más fácil de escribir que el resto del material de tu carta de ventas, aún necesitas asegurarte de que esté bien escrito.

Tienes que tomarte el tiempo para asegurarte de que el cierre es consistente con el resto de la carta de ventas y que respeta el concepto global del texto. Tienes que ser muy cuidadoso de no colocar cualquier cosa allí. Tu cierre merece atención, por lo tanto verifica que sea perfecto.

Después de todo, tu cierre va a ser una de las últimas cosas que le dices a tu lector. Es una de las últimas oportunidades que tienes para pedirle que compre, tienes que usarlo sabiamente.

El cierre es tu toque final. Debería contener las siguientes cosas, escritas de una manera muy clara que vaya de la mano con el estilo del resto de la carta de ventas:

- Pídele al lector que te compre. Pídele directamente al lector que compre el producto y déjale saber los pasos necesarios que necesita tomar para hacer la compra.
- Dile acerca de tus bonificaciones. Explícale las bonificaciones, cómo pueden beneficiarlo y por cuánto tiempo estarán disponibles.
- Fija un tiempo límite para las ofertas especiales y hazlo saber claramente.
- Dale gracias al lector por su compra. Si el lector está leyendo tu cierre, asume que él va a comprar, así que no olvides agradecerle.

Si incluyes estas partes en tu cierre serás capaz de escribir un cierre poderoso que va a envolver a tus lectores en una atmósfera de compra. Un cierre fuerte y bien hecho va a ayudar a sellar un trato con muchos lectores.

Fortalece Tu Carta De Ventas Mediante El Uso De P.D.

Toda carta de ventas buena tiene espacio reservado para los P.D. Todo buen escritor de cartas de ventas entiende la importancia del uso de los P.D. es muy importante ser capaz de escribirlos bien, adicionalmente, es muy importante entender por qué estos son tan importantes.

P.D. es la abreviación de 'post data', es esa pequeña nota que se escribe al finalizar el texto. Los P.D. son algo más que aquello que se nos pudo haber olvidado. Un P.D. consiste en un párrafo pequeño. Es el resumen de la carta de ventas y asegura que las partes más importantes sean reiteradas.

El P.D. es la última oportunidad de pedirle al lector que compre. Tienes que darle otra oportunidad de sellar el trato.

Escribir tu P.D. es algo que no debes olvidar, y debes esforzarte al escribirlos.

Una de las razones por la cual el P.D. es tan importante es que todo el mundo lo leerá. Las personas lo leen porque está al final, es corto y va al grano.

El P.D. debe ir directo al punto. Necesitas decir algo acerca de la razón por la cual el lector debe comprar en este momento. Menciona otra vez cualquier característica especial del producto y las ofertas. Haz lucir al P.D. como algo muy importante.

Cuando estés escribiendo tu P.D. necesitas considerar cuál es el objetivo de este. Esta es la última oportunidad de lograr que el lector compre, pero ¿qué palabras de tu carta de ventas vas a usar exactamente para hacer creer a tu lector que el debe comprar? Esa es la parte difícil.

Básicamente, si la persona no ha comprado aún en el momento que llega a los P.D., este último será una herramienta maravillosa para ayudarte a llevar al lector de regreso a hacer click en el botón de compra. Tu P.D. debe hablar al lector en una manera diferente a como se hizo mientras leyó la carta de ventas.

Una de las cosas más importantes acerca del P.D. es que no da la sensación de desesperación, pero aún así este se constituye en el último esfuerzo para motivarlos a comprar. Tus lectores no deben percibirlo como un ruego, sino como si tu quisieras que ellos no se pierdan una gran oferta. Al menos esto es lo que los lectores deberían sentir.

Si tu lector siente que tu P.D. da la sensación de desesperación, entonces lo haz escrito mal. Tienes que encontrar un buen balance entre sonar desesperado y lograr hacer sentir al lector de que realmente quieres que él se beneficie.

Para dar la sensación de que el P.D. fue escrito para el beneficio de los lectores, necesitas usar las palabras correctas. Necesitas usar frecuentemente la palabra 'tú'. Necesitas crear un sentido de urgencia tal que les hagas sentir que si no compran ahora, se perderán una gran oferta.

El P.D. necesita ser corto. Puede ser difícil escribirlo, especialmente cuando estás intentando incluir todas las cosas importantes que deseas que tu lector tenga en cuenta. Tienes que encontrar una manera de resumir sin llegar a ser muy vago en las ideas.

Para ayudarte a escribir tu P.D. debes tener en cuenta algunos ejemplos de cómo algunas cartas de ventas usan este elemento. Serás capaz de crear una buena idea de qué incluir en tu P.D. y cómo escribirlo.

He aquí algunos ejemplos de buenos P.D.:

- P.D. No olvides que si compras ahora obtendrás una bonificación especial con tu pedido. No querrás esperar hasta que esta bonificación especial expire. Solo tienes 10 días más para asegurarte de no perder esta bonificación.

- P.D. Esta oferta es valida solo por tiempo limitado. Solo tienes 10 días hasta que este precio especial desaparezca para siempre. ¡No dudes y compra ahora!

- P.D. Recuerda que con tu compra obtienes una garantía de 90 días para solicitar la devolución de tu dinero. Si por alguna razón no estás satisfecho con el producto puedes solicitar la devolución de tu dinero sin que se te haga ninguna pregunta. No tienes nada que perder, entonces ¡compra hoy!

Estos ejemplos generan sensación de urgencia y ayudan a recordarle al lector por qué el necesita comprar hoy y no pensarlo un segundo más. Por supuesto, cuando se trate de tu propio producto puedes ser más específico que en estos ejemplos y ser más detallado en tus P.D. Estos ejemplos sirvieron para darte una idea básica.

Un P.D. a menudo es considerado como una parte insignificante de la carta de ventas. Algunos escritores de cartas de ventas piensan que son un desperdicio de espacio y que no son necesarios. A pesar de que es un pequeño párrafo que va a tomar poco tiempo en escribirlo, el impacto del P.D. es importante. No hay manera de estar seguros, pero es muy probable que alguna de las personas que compraron tu producto, lo hicieran después de haber leído el P.D. Es por esto que este elemento es tan importante y no debe ser subestimado.

¿Cómo Hacer Pruebas Divididas Para Lograr Un Mejor Desempeño De La Carta De Ventas?

Hay un proceso muy efectivo que está disponible a los escritores de cartas de ventas y que realmente les ayuda a producir el mejor material posible para sus cartas de ventas. Sin embargo, muchos escritores no usan este proceso. El proceso se llama pruebas divididas.

Una prueba dividida es aquella donde pruebas un material de carta de ventas que habías escrito en varios estilos diferentes. Puedes escribir un par de cartas de ventas diferentes o sencillamente puedes alterar solo un elemento como el titular o incluir testimonios en uno pero no en la otra carta de ventas. Las pruebas divididas te permiten ver cual de las dos cartas de ventas es más efectiva.

No importa qué tan maravillosa creas que tu carta de ventas es, las pruebas divididas te pueden ayudar. El asunto con este tipo de pruebas es que toman tiempo y esfuerzo extra. Es por eso que tantos escritores de cartas de ventas evitan hacerlas. Las ventajas que ofrecen de las pruebas divididas, hacen que valga la pena realizarlas. Realmente es algo que deberías considerar si quieres escribir una carta de ventas poderosa que genere ventas.

Cuando estés creando las versiones diferentes para hacer esta prueba necesitas definir primero qué estás intentando descubrir. Necesitas decidir si vas a usar dos versiones completamente diferentes de la carta de ventas o si vas solo a probar el formato o si solo vas a averiguar cuál titular funciona mejor.

Después de saber qué quieres probar, necesitas crear las diferentes versiones. Puedes crear dos o más si así lo necesitas. Después de escribirlas le asignarás un código. Este código se integrará con el formulario de pedidos para que seas capaz de monitorear cuál versión de carta de ventas está haciendo el mejor trabajo.

Para que estas pruebas divididas sean más efectivas debes cambiar solo una cosa a la vez, aquel elemento que estas probando. También debes promocionarlas de una manera idéntica y mantener cada detalle idéntico. Esto producirá los resultados más efectivos para la prueba dividida.

No hay duda de que las pruebas divididas implican una gran cantidad de trabajo. No solo es suficiente escribir la carta de ventas y esperar que las ventas vengan. Esta tarea implica monitorear los resultados y hacer los cambios necesarios para obtener el mejor material de carta de ventas que sea posible.

Los beneficios que se obtienen con las pruebas divididas hacen que valga la pena el esfuerzo. Serás capaz de crear cartas de ventas más efectivas y podrás ver esto reflejado en tus ganancias. Mediante el uso de las pruebas divididas serás capaz de descubrir qué es lo que hace realmente que tus lectores quieran comprar. Aprenderás qué es lo que realmente los motiva y sabrás cómo escribir este tipo de contenidos en el futuro para generarte grandes niveles de ventas.

Incluso te puede llevar tan solo una sesión de pruebas divididas para llegar al resultado que estabas buscando. Pero también puede llegar a ser un proceso continuo que necesites hacer con cada carta de ventas que escribas. Eso depende realmente del mercado. Si vas a escribir siempre para el mismo mercado, entonces solo una prueba dividida funcionará. Si estas escribiendo para múltiples mercados, probablemente necesitarás hacer prueba divididas al menos una vez para cada mercado.

Necesitas llegar a conocer lo mejor que puedas a tus clientes potenciales de manera que puedas escribir cartas de ventas que realmente les hable a su corazón. La mejor manera de hacer esto es averiguar mediante pruebas qué es aquello que captura su atención.

Las pruebas divididas son algo que tienes a tu disposición. No es algo que vas a encontrar fácil de hacer al principio, pero con el tiempo se volverá un proceso muy mecánico. Es una de las mejores herramientas para ayudarte a escribir cartas de ventas poderosas.

Si no estás seguro de que esta técnica funcione haz una búsqueda en Internet y pronto descubrirás que es una herramienta excelente. Leerás acerca de estudios que han probado que las pruebas divididas pueden llegar a doblar, o incluso triplicar, las ventas mediante el uso de carta de ventas.

Con un testimonio como ese es difícil negar que las pruebas divididas sean algo digno de tu tiempo y esfuerzo. Es algo que requiere esfuerzo, pero también requiere esfuerzo hacer dinero y escribir buen material para tu carta de ventas. Debes pensar de la siguiente manera, si quieres escribir el mejor material posible para tu carta de ventas, la única manera de lograrlo es averiguando qué tipo de contenido es el que más motiva a tus lectores a tomar la decisión de compra. La manera de averiguar esto es mediante las pruebas divididas debido a que obtendrás la respuesta directamente de parte de tus clientes, y será una opinión honesta porque ellos no se darán cuenta que estás monitoreando su comportamiento.

El Arte De La Persuasión Mediante La Creación De Cartas De Ventas.

El último objetivo de cualquier proyecto de creación de cartas de ventas es persuadir el lector de comprar el producto. Para hacer eso, se requiere que escribas un material de carta de ventas que sea lo suficientemente convincente y que haga sentir al lector que el debe comprar ese producto. Para lograr esto se deben tener en cuenta unos cuantos puntos importantes que deben ser incluidos en tu carta de ventas.

Una de las mejores cosas que necesitas hacer es construir tu credibilidad. Las personas no compran productos de alguien en quien no confían. Piensa en este concepto. Una de las razones por la cual las

compañías que tienen nombres bien reconocidos son muy exitosas, es que tienen clientes leales que confían en ellas.

Sus clientes saben que la compañía sabe lo que está haciendo. Ellos confían en la compañía cuando ellas dicen que su producto es bueno y confían en las promesas que hacen acerca de su producto. Sin este nivel de confianza, será muy difícil para una compañía vender algo.

Para llegar a construir esta credibilidad necesitas incluir información dentro de tu carta de ventas que demuestre que tú sabes acerca de lo que estás hablando. Los testimonios son un buen elemento para aumentar credibilidad. Si tienes clientes que han comprado de ti antes y que están extremadamente satisfechos, pídeles testimonios que puedas usar en tu carta de ventas.

Otra cosa que podrías hacer es escribir cosas específicas. No hables de estimaciones o de cifras promedios. Sé muy específico. Debes asegurarte de que todo lo que digas es 100% preciso. Nunca asumas algo que escribas en tu carta de ventas. Es muy fácil para alguien descubrir que estás equivocado y esto te costará una gran pérdida de credibilidad.

También debes explicar por qué se debe creer a tus palabras cuando estés hablando de tu producto. Si eres el creador del producto, explica cómo se te ocurrió la idea y cómo llegó a ser el producto que es hoy en día. Si tienes un entrenamiento especial relacionado con el producto, dilo también.

Tienes que tener confianza en ti mismo para llegar a obtener credibilidad. No dudes en entregar tu información de contacto. Deja que tus clientes sepan que pueden contactarte cuando ellos lo necesiten. En toda la correspondencia que intercambies con los clientes o posibles clientes, debes ser profesional y tratarlos de una manera muy seria.

Otra manera de persuadir a los lectores de volverse clientes es presentarles los hechos comprobados acerca del producto. Debes resaltar las características y beneficios que ofrece el producto. Necesitas ser muy específico cuando expliques el producto.

Debes asegurarte de resaltar todas las características del producto que lo hacen verdaderamente único. Si el producto es similar a otro que existe en el mercado, debes resaltar el por qué el tuyo es la mejor alternativa y qué hace que esto sea así.

Usa viñetas que enfaticen beneficios dentro de tu carta de ventas para resaltar las características y beneficios del producto. Los lectores están más inclinados a notar y recordar los beneficios presentados en forma de viñetas que cualquier otra cosa dentro de tu carta de ventas. Además, las viñetas hacen que sea fácil de leer todo el contenido de tu carta de ventas y te permiten ser muy específico.

Otra cosa que puedes hacer para persuadir a los lectores es el uso de palabras sugestivas. En el mundo de las cartas de ventas hay ciertas palabras que son populares debido a que estas causan que una persona se detenga y preste atención o hacen que la persona desee comprar.

Aquí hay algunos ejemplos de palabras sugestivas que puedes usar:

- Oferta por tiempo limitado.
- Oferta especial.
- Bonificación gratuita.
- Actúa ahora.

Todos estos ejemplos usan el sentido de urgencia y hacen que el lector piense que están haciendo parte de algo especial que solo va a estar disponible por poco tiempo. Las personas responden a este tipo de cosas.

Ellos no van a sopesar la decisión de compra, ellos actuarán inmediatamente debido al temor de perderse la oferta.

Además de usar palabras sugestivas, necesitas aumentar el valor percibido del producto. Necesitas usar ejemplos de por qué tu producto les da gran valor a cambio del precio que pides. Debes comparar tu producto con otros productos similares del mercado y explicar por qué el tuyo les ofrece más valor. Obviamente esto funcionará, si vendes tu producto a un precio más bajo.

También debes hacer sentir al lector que él necesita tu producto. Tienes que darles razones específicas de por qué tu producto es algo que ellos necesitan. Diles cómo el producto mejorará sus vidas. Nuevamente, sé específico y asegúrate de que estás comunicando al lector las cosas de una forma que ellos entiendan claramente.

Persuadir a tus lectores de comprar tus productos es el objetivo que quieres lograr con el buen uso de las cartas de ventas. Tienes que hacer todo lo que esté a tu alcance para que tus palabras sean lo suficientemente efectivas y que motiven al lector a querer comprar. Esto es la idea central de escribir cartas de ventas.

Usa Testimonios Para Aumentar El Porcentaje de Conversión De Tu Carta De Ventas.

Mejorar la calidad de tu carta de ventas quiere decir que la debes hacer más atractiva al lector. Tendrás que añadir aspectos que capturarán la atención del lector y que harán que él crea en tu producto. Tienes que capturar la atención de tu lector y hacerles ver que vale la pena pagar por tu producto.

Una buena manera de hacer que tu carta de ventas sea bastante creíble es mediante el uso de testimonios. Las personas responden muy bien a lo que otras personas dicen acerca de un producto. La credibilidad es buena porque la persona que da el testimonio compró el producto y obviamente obtuvo un beneficio de él. Además no se le está pagando a esa persona para que diga lo que le gustó de ese producto.

Los testimonios añaden validez a una carta de ventas. Ellos le dan a esta, ese toque personal que tú como escritor, no le puedes dar. Se te paga por decir estas grandes cosas acerca del producto. En cambio, los testimonios provienen de personas reales que han comprado y usado el producto.

Los testimonios son reales y honestos. Las personas raramente dirán que les gustó algo si en realidad no fue así, esto hace que los testimonios tengan credibilidad. Los lectores verán estos y es muy probable que a partir de ellos crean lo que tú has escrito en tu carta de ventas.

Un buen testimonio va a resaltar las razones específicas por las cuales le agradó el producto a esta persona. Los testimonios pueden resaltar un beneficio o incluso decir algo tan simple como que el producto fue muy bueno en relación a su precio.

Cuando incluyas los testimonios, asegúrate de incluir un nombre y una localización. También debes ser cuidadoso de no hablar cosas fuera del contexto. Debes citar textualmente a la persona lo mejor que puedas. Esto te ayudará a evitar problemas si una persona contiende contigo acerca de lo que se escribió en su testimonio.

Para obtener testimonios acude a la retroalimentación del cliente. Cuando obtengas buenas opiniones acerca de tu producto, sencillamente pídele al cliente si puedes usar sus palabras como testimonio.

También puedes solicitar testimonios directamente de tus clientes. Si tienes clientes leales que están satisfechos, puedes pedirles que escriban unas cuantas cosas buenas acerca de tu producto. Los clientes satisfechos no tendrán problema en hacer esto. Solo asegúrate de decirles que usarás su testimonio dentro de tu carta de ventas y pídeles su consentimiento.

Si estás empezando, tal vez no tengas testimonios todavía. No los inventes, falsificar los testimonios es una mala idea. Lo que debes hacer es esperar hasta que recibas comentarios positivos y entonces incluye posteriormente estos en tu carta de ventas.

No te apresures en añadir cualquier clase de testimonios. Debes esperar a encontrar aquellos que te ayuden a aumentar la credibilidad de tu producto. Los testimonios pueden ser efectivos si aprendes a escoger los correctos. No te conformes con cualquier cosa por el simple hecho de tener que incluir testimonios dentro de tu carta de ventas. Es mejor esperar a que recibas los mejores con los que puedes llegar a ser más efectivo y no que uses cualquier cosa que encuentres.

Los testimonios pueden ser de gran utilidad a tu carta de ventas. Ellos añaden mucha dimensionalidad y son una manera única de decir a las personas que tu producto es valioso. Las personas responden bien a los testimonios porque ellas le prestan más atención a lo que una persona común y corriente tenga que decir acerca de un producto que compró.

Los testimonios funcionan sobre el mismo principio que la publicidad boca a boca. La publicidad boca a boca funciona muy bien debido al factor de confianza. Es más probable que una persona escuche con mayor atención a lo que una persona del común tenga que decir acerca de tu producto que a las palabras que usa el escritor de la carta de ventas.

Los testimonios son una gran manera de mejorar tu carta de ventas para hacerla mas atractiva a las personas. Los testimonios se incluyen cerca del final de la carta de ventas alrededor de la misma área donde se ubica al botón de compra. Esto ayuda a mantener al lector enfocado en la compra.

Tu carta de ventas siempre debe incluir una sección de testimonios. Debes usar los testimonios que sean claros y precisos. Debes usar aquellos que te ayuden a mostrar tu producto de la mejor manera posible.

De llegar a ser necesario puedes reescribirlos, pero asegúrate de no alterar demasiado las palabras originales de las personas. Debes incluir alguna información personal en el testimonio, pero que no sea demasiada. Siempre incluye testimonios con el permiso de quien lo escribió y antes de publicarlo pídele a esta persona que lo revise antes de publicarlo. Si es posible, incluye una foto de la persona. Esto hará del testimonio una herramienta aun más poderosa.

Los testimonios se ven siempre en todas las cartas de ventas. Son una herramienta que bien usada, ayuda a añadir credibilidad a una carta de ventas. Es una buena idea usarlos porque definitivamente son algo que ayudará a mejorar el material de tu carta de ventas.

Espero que la información en este reporte te sea de gran utilidad para el crecimiento de tu negocio en Internet.

Te deseo el mejor de los éxitos.

DIEGO ARMANDO LENIS

Recursos Recomendados

¿Qué Tal Que Pudieras Incursionar En Los Negocios Online y Explotar Un Revolucionario Conjunto de Herramientas de Marketing en Internet Tan Poderoso y Efectivo Que HOY Mismo Puedes Tener Tu Negocio Funcionando ? Prepárate Para Descubrir Cómo TÚ También Puedes Generar Ingresos Reales en Internet en Tiempo Récord... Por fin, podrás tener acceso a un sistema integral donde hemos conjuntado las herramientas, la capacitación, el soporte, los productos, las estrategias y una excelente oportunidad de ganar dinero, todo con un solo propósito... **"Dar Todo el Poder Al Emprendedor Para Descubrir, Maximizar y Creer en Su Habilidad de Generar Dinero en Internet de Manera Fácil y Eficiente"** Y estamos brutalmente comprometidos a cumplir ese propósito. Te presento a: **NEGOCIOALINSTANTE.com**

La Más Efectiva Oportunidad de Negocios En Internet... Creada Por Hispanos Para Hispanos ¡Comienza HOY MISMO! www.negocioalinstante.com